

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN PT.GARUDA CITILINK RUTE PEKANBARU – JAKARTA

Oleh :

Widodo Putra

(dodoputra155@gmail.com)

Pembimbing : Drs. Endang Sutrisna, M.Si,

Jurusan Ilmu Administrasi – Prodi Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus bina widya jl. H. R Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-

Telp/fax. 0761-63277

ABSTRACT

This study is a study to describe the Influence of Service Quality on Customer Loyalty on Airline PT.Garuda Citilink Pekanbaru Route - Jakarta. From the data obtained, from 2013 to 2016, the number of passengers using Citilink's carrier airline has decreased in 2016 and caused a decrease in passengers loyal to Citilink airlines. Problems that occur are less effective and efficient implementation and function of the company in meeting the quality of peyananan desired by the customer. The purpose of this research is to know the influence of service quality to customer loyalty at airline PT.Garuda Citilink Pekanbaru - Jakarta route and to know the inhibiting factors is less effective and efficient execution and function of company in fulfilling quality of peyananan desired by customer.

The concept of the theory used is Quality of Service and Loyalty. This research uses quantitative method to test the influence between the two variables. Customers who are sampled amounted to 100 people. The type of data used is primary data with data collection methods using questionnaires that spread to 100 respondents. Data analysis method used in this research is a simple linear regression with the help of SPSS Software Version 17.0.

The results of this study indicate the quality of service and customer loyalty in PT.Garuda Citilink Pekanbaru branch classified as less good and customer loyalty, based on the results obtained as a whole off Citilink airline route Pekanbaru-Jakarta route loyal enough or loyal to use Citilink aircraft carrier.

Keywords: The Effect of Service Quality on Customer Loyalty on Airline PT.Garuda Citilink Pekanbaru – Jakarta.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya jaman, transportasi di Indonesia semakin diperlukan bagi semua kalangan. Keberadaan sebuah

sarana transportasi dalam kehidupan manusia menjadi cukup signifikan karena sebagai penunjang kelancaran kehidupan. Salah satu jasa transportasi yang sering digunakan oleh

masyarakat saat ini adalah transportasi udara, dimana hampir seluruh orang mengetahui bahkan menggunakan jasa penerbangan. Jasa penerbangan menjadi pilihan utama konsumen dengan pertimbangan bisa menghemat waktu, dimana jarak yang jauh bisa ditempuh dalam waktu yang singkat, dengan biaya yang relatif murah.

Di Indonesia persaingan jasa penerbangan semakin berkembang semenjak pemerintah memberlakukan kebijakan *open sky management* pada tahun 2001, dimana pemerintah memberikan peluang pada maskapai asing untuk berkiprah di Indonesia. Dengan ketatnya persaingan antar maskapai penerbangan maka dalam mencari, menarik, dan mempertahankan pelanggan, hal utama yang dilakukan adalah performa pelayanan, serta kinerja yang baik. Hal ini akan memberikan dampak bagi kepuasan dan memenangkan persaingan.

Maskapai penerbangan di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat beberapa tahun terakhir, terlihat dari banyaknya muncul maskapai penerbangan baru di pasaran yang disebabkan oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa penerbangan. Meningkatnya kebutuhan masyarakat inidapat dilihat dari peningkatan jumlah pelanggan pada tahun 2009, sebagaimana dikatakan Direktorat Jendral Angkutan Udara Kementerian Perhubungan RI bahwa jumlah pelanggan pesawat tahun 2009 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 41.507.647 orang menjadi 48.514.639 orang. Pelanggan penerbangan domestik naik 17 persen menjadi 43.556.083 orang sedangkan pelanggan penerbangan internasional naik 20 persen menjadi 4.958.556 orang, angkutan kargo juga meningkat 15 persen. Direktur Angkutan Udara Tri S. Sunoko menyatakan bahwa kenaikan jumlah pelanggan tidak mencerminkan penambahan pendapatan maskapai penerbangan, walaupun jumlah

pelanggan tinggi tetapi *yield* (hasil) yang diperoleh kecil, hal tersebut disebabkan oleh banyaknya jumlah maskapai yang ada **Pakpahan, (2010)**. Banyaknya jumlah maskapai penerbangan yang ada saat ini membuat persaingan menjadi semakin ketat, baik dalam meningkatkan jumlah pelanggan maupun mempertahankan pelanggan yang telah ada. Perusahaan-perusahaan jasa penerbangan berusaha untuk bertahan dalam persaingan pasar melalui penawaran produk dengan keunggulan masing-masing. Kualitas pelayanan yang optimal dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan yang optimal diharapkan akan mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga akan menciptakan kepuasan dan loyalitas perusahaan. Pelanggan yang loyal merupakan aset berharga untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam persaingan pasar yang ketat.

Salah satu perusahaan yang memutuskan untuk ikut bergabung dalam industri penerbangan dengan harga murah adalah PT. Garuda Citilink, sebagai anak perusahaan dari PT. Garuda Indonesia, Citilink mengkhususkan diri dalam penerbangan murah atau dikenal dengan *low cost carrier*. Dengan berbekal nama besar Garuda Indonesia, Citilink mencoba menembus segmen pasar baru yang mengincar harga murah dan bukan mencari kenyamanan atau gengsi, padahal selama ini Garuda Indonesia dikenal sebagai penerbangan berkelas yang menawarkan kenyamanan, namun pada kenyataannya saat ini Garuda Citilink mampu bersaing harga dengan perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam industri penerbangan dengan harga murah yang ada di Indonesia saat ini. Citilink melayani konsumen dari berbagai kelompok, baik keluarga maupun individual. Namun lebih khusus, Citilink membidik pelanggan yang berusia dan berjiwa muda, misalnya eksekutif

muda dan wisatawan. Citilink tidak menerapkan *low service*, Sebaliknya Citilink berusaha memberikan pelayanan yang sebaik mungkin (*excellent service*).

Perkembangan industri penerbangan dengan harga murah yang sangat pesat tidak dapat di pungkiri dengan hadirnya berbagai maskapai lain yang telah lebih dulu menerapkan penerbangan dengan harga murah yang menjadi pesaing PT. Garuda Citilink. Berikut data maskapai penerbangan dengan rute Pekanbaru-Jakarta:

TABEL 1.1
DATA MASKAPAI
PENERBANGAN DENGAN RUTE
PEKANBARU-JAKARTA

NO.	NAMA MASKAPAI	ALAMAT
1.	GARUDA INDONESIA	Jl. Bandar Udara Sultan Syarif Qasim II, Pekanbaru
2.	LION AIR	Jl. Bandar Udara Sultan Syarif Qasim II, Pekanbaru
3.	BATIK AIR	Jl. Bandar Udara Sultan Syarif Qasim II, Pekanbaru
4.	SRIWIJAYA AIR	Jl. Bandar Udara Sultan Syarif Qasim II, Pekanbaru

Sumber: PT. Angkasa Pura II, 2016

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa telah ada 4 maskapai penerbangan di kota Pekanbaru dengan rute Pekanbaru-Jakarta. Bisnis penerbangan yang hadir dalam persaingan yang ketat menjadikan manajemen perusahaan melakukan peningkatan dalam segi kualitas pelayanan.

Pada Tabel 1.2 ini dapat ditunjukkan data jumlah penjualan tiket perlembar jasa penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta Tahun 2013-2015 di Pekanbaru.

TABEL 1.2
DATA JUMLAH PENUMPANG PER
TAHUN CITILINK RUTE
PEKANBARU-JAKARTA TAHUN 2013-
2016

TAHUN	TOTAL
2013	41.211 ORANG
2014	103.445 ORANG
2015	103.672 ORANG
2016	102.567 ORANG

Sumber: PT. Garuda Citilink Pekanbaru, 2016

Berdasarkan Tabel 1.2 maskapai penerbangan Citilink baru beroperasi pada Maret 2013, pencatatan jumlah penumpang Citilink di mulai pada bulan Juni 2013. Dari pencatatan jumlah penumpang bulan Juni jumlah penumpang Citilink sebanyak 41.211 orang di tahun 2013, di tahun 2014 jumlah penumpang Citilink sebanyak 103.445 orang, pada tahun 2015 jumlah penumpang Citilink sebanyak 102.567 orang dan pada tahun 2016 terjadi penurunan penumpang sebanyak 1.105 orang. Di tahun 2016 penumpang citilink hanya 102.567 orang.

Menurut **Kepala Cabang** Citilink Pekanbaru, dari segi lain maskapai penerbangan *Citilink* *memilik* *masalah, tanggal 04 Januari 2015* *tiga*

pesawat Citilink batal mengudara akibatnya seluruh penumpang yang jumlahnya mencapai 500 lebih mengamuk, selama empat jam pesawat Citilink belum bisa terbang dari bandara Halim Perdana Kusuma, kejadian berawal ketika empat pesawat tujuan Surabaya dan Jogjakarta mengalami penundaan. Tiga pesawat Citilink tujuan Surabaya dan satu pesawat tujuan Jogjakarta, Salah satu pesawat diberangkatkan namun tiga lainnya tertunda akibat lampu *runway* mengalami kerusakan. Dan masalah lain yang dihadapi Citilink susahnyanya *boking tiket online* yang seharusnya bisa dilakukan terhadap maskapai lain. Dari kejadian tersebut konsumen yang kecewa dengan kejadian itu menganggap pelayanan dari Citilink tersebut sama saja dengan maskapai *low cost carrier lainnya*, pelanggan yang kecewa pada perusahaan sehubungan dengan terjadinya kesalahan dalam memberikan pelayanan, harus direspon dengan cepat oleh perusahaan Citilink dengan memperbaiki kualitas pelayanan.

Perbaikan dalam kualitas pelayanan yang tepat dapat menjadi strategi utama untuk mendapatkan loyalitas konsumen, sebab *loyalitas pelanggan sangat di harapkan perusahaan*. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan PT. Garuda Citilink Rute Pekanbaru - Jakarta”**.

METODE

1. Konsep Operasional

a. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012 : 42). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

1) Variabel Dependen

Variabel dependen adalah yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2006 : 26). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah: Loyalitas Pelanggan (Y)

2) Variabel Independen

Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006 : 26). Variabel independen dalam penelitian ini adalah: Kualitas Pelayanan (X) dengan dimensi sebagai berikut:

1. Tangible
2. Reliability
3. Responsiveness
4. Assurance
5. Emphaty

b. Definisi Operasional

Defenisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 1997 : 74). Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

1. Kualitas pelayanan (X) didefinisikan yaitu “Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan mereka terima atau peroleh” Parasutraman Zeithamal dan Berry (1985) dalam Tjiptono (2001:70), dengan indikator sebagai berikut;

1. Tangibles

Menurut Zeithaml. et. al. 1985 (Aviliani dan Wilfridus, 1997 : 10) wujud fisik (*tangible*) adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelenhkan peralatan, sarana komunikasi serta penampilan karyawan. Adapun sub indikator *tangibles* dalam penelitian ini adalah:

1. Ruangan Kebersihan, kerapian pesawat dan crew.
2. Penataan *eksterior* dan *interior* pesawat yang baik.

2. Reliability

Reliability (kehandalan) merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.

Adapun sub indikator *reliability* dalam penelitian ini adalah:

- a. Ketepatan keberangkatan dan waktu tiba.
- b. Pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong.

3. Responsiveness

Responsiveness (daya tanggap/ketanggapan) adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan jasa dengan cepat. Adapun sub indikator *responsiveness* dalam penelitian ini adalah:

- a. Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.
- b. Kemampuan perusahaan cepat tanggap terhadap yang disampaikan pelanggan.

4. Assurance

Merupakan karyawan yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta

keyakinan. Adapun sub indikator *Assurance* dalam penelitian ini adalah:

1. Memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.
2. Bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan penumpang.

5. Emphaty

Emphaty adalah kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan, pemberian perhatian yang tulus dan bersifat pribadi, termasuk berupaya memahami keinginan konsumen adalah termasuk dalam *emphaty*. Adapun sub indikator *emphaty* dalam penelitian ini adalah:

- a. Memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.
- b. Bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan penumpang.

2. Loyalitas Pelanggan (Y) didefinisikan sebagai sikap dari pelanggan dalam menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Sikap menentukan pilihan tersebut juga untuk membuat dan memberikan rekomendasi atas pelayanan yang telah diberikan perusahaan. **Kotler dan Keller (2009)** mendefinisikan loyalitas pelanggan Kotler dan Keller (2009) juga mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai "*the long term success of the particular brand is not based on the number of consumer who purchase it only once, but on the number who become repeat purchase*". Melalui definisi ini, Kotler dan Keller ingin menjelaskan bahwa konsumen akan loyal diukur melalui tiga hal dibawah ini yaitu:

1. *Word of mouth*: merekomendasikan orang lain untuk membeli atau mereferensikan kepada orang lain.
2. *Reject another*: menolak menggunakan produk lain atau menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.
3. *Repeat purchasing*: berapa sering melakukan pembelian ulang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Untuk mengetahui keadaan responden, maka diuraikan secara singkat mengenai keadaan jenis kelamin, tingkat umur, pendidikan terakhir dan lama menjadi nasabah.

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin memiliki peran penting dalam setiap pengambilan keputusan terutama yang terkait dengan suatu sistem syariah dan sistem perbankan karena kebutuhan nasabah dari jenis kelamin sangat berbeda, dapat dilihat pada tabel berikut ini identitas responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel III.1

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi
1	Laki-laki	56
2	Perempuan	40
Jumlah		96

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan jenis kelamin laki-laki diketahui berjumlah 56 orang. Sedangkan jumlah pelanggan perempuan sebanyak 40 orang. Ini dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin di dominasi oleh laki-laki dalam berpergian ke Jakarta menggunakan Maskapai Penerbangan Citilink.

Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Umur

Umur dapat menentukan seseorang dalam menyampaikan pendapat mereka dengan pemikiran dalam pengambilan keputusan pembelian produk atau menggunakan jasa. Selain itu, umur mempunyai kaitan yang erat dengan banyak pengalaman yang dimiliki oleh responden sehingga semakin baik dalam memberikan suatu penilaian kemudian berhubungan juga dengan tingkat pendidikan yang dimiliki oleh pelanggan maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta. Berikut adalah identitas responden berdasarkan umur :

Tabel III.2

Identitas Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur (Tahun)	Frekuensi
1	21 – 30	32
2	31 – 40	45
2	41 – 50	19
Jumlah		96

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat Tingkat umur responden oleh responden dewasa. Pada tingkat umur 31 – 40 tahun ada sebanyak 45 orang. Pada usia tersebut yang banyak menggunakan Maskapai Penerbangan Citilink dikarenakan banyak pelanggan yang pergi untuk berbisnis diluar kota. Kemudian, pada tingkat umur 21 – 30 dengan jumlah 32 orang. Pada usia tersebut banyak menggunakan Maskapai Penerbangan Citilink dikarenakan banyak pelanggan yang pergi untuk kuliah diluar kota serta pergi berlibur bersama teman-teman.

Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan suatu jenjang akademik yang pernah dijalani oleh responden. Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap sikap dan perilaku seseorang dalam pengambilan kebijakan serta tingkat analisis

yang lebih baik, Dari beberapa pemilik usaha dan instansi pemerintahan dan perusahaan serta individu yang menggunakan maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta.

Pada tabel dapat dilihat identitas responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel III.3
Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan	Frekuensi
1	S2	21
2	S1	56
3	SMA	16
4	SMP	3
5	Sekolah Dasar	-
Jumlah		96

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2017

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui pendidikan terakhir responden paling banyak adalah S1 berjumlah 56 orang. Sebanyak 16 orang responden memiliki pendidikan terakhir SMA. Pendidikan terakhir responden paling sedikit adalah SMP yaitu 3 orang. Ini dapat diartikan bahwa banyak nya pelanggan citilink yang berbisnis, kuliah, atau pergi liburan di luar kota.

Identitas Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Maskapai Penarbanagan Citilink Rute Pekanbaru-Jakarta

Dalam katagori ini, menjelaskan bahwa pelanggan yang sudah berapa kali menggunakan maskapai penerbangan Citilink, sehingga dapat menentukan tingkat loyalitas mereka pada masakapai atau perusahaan tersebut. Identitas responden berdasarkan kali menggunakan penebangan bersama Citilink disajikan dalam tabel berikut:

Tabel III.4

Identitas Responden Berdasarkan BerpaKali Menggunakan Maskapai Penerbanagan Citilink Rute Pekanbaru-Jakarta

No	Frekuensi Penerbangan	Jumlah Orang
1.	2 kali	45
2.	3 kali	16
3.	4 kali	13
4.	5 kali	7
5.	6 kali	5
6.	7 kali	4
7.	8 kali	3
8.	10 kali	3
Jumlah		96

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2017

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa frekuensi penerbangan 2 kali yang banyak menggunakan Maskapai Penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta dikarenakan maskapai Citilink masih baru beroperasi di Pekanbaru jadi para responden mencoba pengalaman baru dari penerbangan maskapai Citilink.

Hasil Uji Kualitas Data

Hasul Uji Validitas

Ujivaliditas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Ujivaliditas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $\geq r$ table maka alatukur yang digunakan dinyatakan valid dan sebaliknya, jika r hitung $< r$ table maka alatukur yang digunakan tidak valid. Diketahui untuk nilai dalam penelitian ini adalah sebesar 0,197. Diketahui nilai r hitung seluruh item pernyataan variabel ≥ 0.1986 . Artinya adalah seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil uji validitas untuk uji variabel Kualitas Pelayanan (X) bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid Nilai

r tabel dengan $n = 96$ dan taraf signifikan = 0,05 adalah 0.1986. Kemudian seluruh tem pertanyaan ditemukan bernilai diatas atau lebih besar dari r tabel. Sehingga dapat ditarik kesimpulan pada variabel X yaitu kualitas pelayanan, semua instrument yang valid diatas menunjukkan bahwa semua item-item tersebut adalah item yang tepat untuk digunakan dalam insrtument angket pelnelitian.

Berdasarkan hasil uji validitas untuk uji variabel Loyalitas Pelanggan (Y) bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid Nilai r tabel dengan $n = 96$ dan taraf signifikan = 0,05 adalah 0.1986. Kemudian seluruh tem pertanyaan ditemukan bernilai diatas atau lebih besar dari r tabel. Sehingga dapat ditarik kesimpulan pada variabel Y yaitu loyalitas pelanggan, semua instrument yang valid diatas menunjukkan bahwa semua item-item tersebut adalah item yang tepat untuk digunakan dalam insrtument angket pelnelitian.

Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, dilakukan juga uji reliabilitas kepada keseluruhan sampel yang berjumlah 96 responden. Uji reliabilitas dilakukan pada butir-butir tanggapan yang telah valid. Teknik untuk menguji reliabilitas instrument yaitu dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dimana variabel tersebut akan dinyatakan reliabel dengan ketentuan:

- Apabila nilainya kurang dari 0,6 adalah kurang baik
- Apabila nilainya 0,7 dapat diterima
- Apabila nilainya diatas 0,8 adalah baik

Adapun hasil uji reliabilitas terhadap 96 responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Terlihat bahwa variabel brand image (X) dan variabel loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,60. Untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,915 dan dinilai setuju sedangkan untuk variabel loyalitas

Pelanggan (Y) nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,788 dan dinilai dapat diterima. Dalam hal ini variabel X dan Y tersebut telah memenuhi kriteria nilai batas dan dapat dinyatakan reliabel serta layak untuk disebarkan kepada responden guna penelitian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada responden diketahui pernyataan responden tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Pernerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui tanggapan responden atau pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Pernerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tangible (wujud fisik)

Berdasarkan item pertanyaan pertama menunjukkan tanggapan responden mengenai kebersihan kabin penumpang sangat nyaman, 2 orang menyatakan sangat puas atau sebesar 2,08% responden menilai bahwa kebersihan kabin penumpang sangat nyaman. Selain itu, sebanyak 3 orang atau 3,12% responden menilai puas. Sebanyak 52 orang atau 54,16% menyatakan cukup puas. Sebanyak 26 orang atau 27,08% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 13 orang atau 13,54% responden menyatakan sangat tidak puas karna responden atau pelanggan tersebut menilai masih ada hal yang perlu ditingkatkan pada kualitas pelayanan dari aspek wujud fisik yang di berikan maskapai penerbangan Citilink kepada pelanggan.

Item pertanyaan kedua menunjukkan tanggapan responden mengenai Penataan dan kerapian kabin penumpang sangat nyaman, 3 orang menyatakan sangat puas atau sebesar 3,12% responden menilai bahwa kebersihan

kabin penumpang sangat nyaman. Selain itu, sebanyak 10 orang atau 10,41% responden menilai setuju. Sebanyak 47 orang atau 48,95% menyatakan cukup puas. Sebanyak 20 orang atau 20,83% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 16 orang atau 16,6% responden menyatakan sangat tidak puas.

Secara keseluruhan, tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan di tinjau dari dimensi wujud fisik yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta kepada pelanggannya dapat dikategorikan tidak puas karna total skor responden adalah 495 yang terletak pada interval 361 – 521 yang artinya responden tidak puas. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan di tinjau dari dimensi wujud fisik yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta kepada pelanggannya dinilai tidak baik.

Reliability (kehandalan)

Berdasarkan item pertanyaan pertama menunjukkan tanggapan responden mengenai keberangkatan dan kedatangan yang tepat waktu, 2 orang menyatakan sangat puas atau sebesar 2,08% responden menilai bahwa keberangkatan dan kedatangan yang tepat waktu. Selain itu, sebanyak 10 orang atau 10,41% responden menilai puas. Sebanyak 46 orang atau 47,91% menyatakan cukup puas. Sebanyak 25 orang atau 25,04% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 13 orang atau 13,54% responden menyatakan sangat tidak puas karna responden atau pelanggan tersebut menilai masih ada hal yang perlu ditingkatkan pada kualitas pelayanan dari aspek kehandalan yang diberikan maskapai penerbangan Citilink kepada pelanggan.

Item pertanyaan kedua menunjukkan tanggapan responden mengenai pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong, 1 orang menyatakan sangat puas atau sebesar 1,04% responden menilai bahwa kebersihan kabin penumpang sangat nyaman. Selain itu, sebanyak 11 orang atau 11,45% responden

menilai setuju. Sebanyak 46 orang atau 47,91% menyatakan cukup puas. Sebanyak 20 orang atau 20,83% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 18 orang atau 18,75% responden menyatakan sangat tidak puas.

Secara keseluruhan, tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan di tinjau dari dimensi kehandalan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta kepada pelanggannya dapat dikategorikan tidak puas karna total skor responden adalah 497 yang terletak pada interval 361 – 521 yang artinya responden tidak puas. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan di tinjau dari dimensi kehandalan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta kepada pelanggannya dinilai tidak baik.

Responsiviness (ketanggapan)

Berdasarkan item pertanyaan pertama menunjukkan tanggapan responden mengenai cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul, 13 orang menyatakan puas atau sebesar 13,45% responden menilai bahwa cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul. Selain itu, sebanyak 40 orang atau 41,66% responden menilai cukup puas. Sebanyak 26 orang atau 27,08% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 17 orang atau 17,70% menyatakan sangat tidak puas karna responden atau pelanggan tersebut menilai masih ada hal yang perlu ditingkatkan pada kualitas pelayanan dari aspek kehandalan yang diberikan maskapai penerbangan Citilink kepada pelanggan.

Item pertanyaan kedua menunjukkan tanggapan responden mengenai cepat tanggap terhadap yang disampaikan pelanggan, 12 orang menyatakan puas atau sebesar 12,05% responden menilai bahwa cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul. Selain itu, sebanyak 41 orang atau 42,70% responden menilai cukup puas. Sebanyak 26 orang atau 27,08% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 17 orang atau 17,70% menyatakan sangat tidak puas karna

responden atau pelanggan tersebut menilai masih ada hal yang perlu ditingkatkan pada kualitas pelayanan dari aspek kehandalan yang di berikan maskapai penerbangan Citilink kepada pelanggan.

Secara keseluruhan, tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan di tinjau dari dimensi ketanggapan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta kepada pelanggannya dapat dikategorikan tidak puas karna total skor responden adalah 481 yang terletak pada interva 361 – 521 yang artinya responden tidak puas. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan di tinjau dari dimensi ketanggapan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta kepada pelanggannya dinilai tidak baik.

Assurance (jaminan)

Berdasarkan item pertanyaan pertama menunjukkan tanggapan responden mengenaikamanan barang milik pelanggan terjamin, 1 orang menyatakan sangat puas atau sebesar 1,04% responden menilai bahwakeamanan barang milik pelanggan terjamin. selain itu, sebanyak 12 orang atau 12,05% responden menilai puas. Sebanyak 47 orang atau 48,95% menyatakan cukup puas. Sebanyak 20 orang atau 20,08% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 16 orang atau 16,66% responden menyatakan sangat tidak puas karna responden atau pelanggan tersebut menilai masih ada hal yang perlu ditingkatkan pada kualitas pelayanan dari aspek jaminan yang di berikan maskapai penerbangan Citilink kepada pelanggan.

Item pertanyaan kedua menunjukkan tanggapan responden mengenaipetugas yang bertanggung jawab, 13 orang menyatakan puas atau sebesar 13,54% responden menilai bahwacepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul. Selain itu, sebanyak 40 orang atau 40,66% responden menilai cukup puas. Sebanyak 26 orang atau 27,08% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 17

orang atau 17,70% menyatakan sangat tidak puas karna responden atau pelanggan tersebut menilai masih ada hal yang perlu ditingkatkan pada kualitas pelayanan dari aspek jaminan yang di berikan maskapai penerbangan Citilink kepada pelanggan.

Secara keseluruhan, tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan di tinjau dari dimensi jaminan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta kepada pelanggannya dapat dikategorikan tidak puas karna total skor responden adalah 491 yang terletak pada interva 361 – 521 yang artinya responden tidak puas. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan di tinjau dari dimensi jaminan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta kepada pelanggannya dinilai tidak baik.

Emphaty (empati)

Berdasarkan item pertanyaan pertama menunjukkan tanggapan responden mengenai perhatian secara individu kepada pelanggan, 12 orang menyatakan puas atau sebesar 12,70% responden menilai bahwaperhatian secara individu kepada pelanggan. Selain itu, sebanyak 41 orang atau 42,70% responden menilai cukup puas. Sebanyak 26 orang atau 27,08% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 17 orang atau 17,70% menyatakan sangat tidak puas karna responden atau pelanggan tersebut menilai masih ada hal yang perlu ditingkatkan pada kualitas pelayanan dari aspek empati yang di berikan maskapai penerbangan Citilink kepada pelanggan.

Item pertanyaan kedua menunjukkan tanggapan responden mengenai tanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan pelanggan, 13 orang menyatakan puas atau sebesar 13,54% responden menilai bahwatanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan pelanggan. Selain itu, sebanyak 40 orang atau 41,66% responden menilai cukup puas. Sebanyak 26 orang atau 27,08% menyatakan tidak puas. Dan

sebanyak 17 orang atau 17,70% menyatakan sangat tidak puas karna responden atau pelanggan tersebut menilai masih ada hal yang perlu ditingkatkan pada kualitas pelayanan dari aspek empati yang di berikan maskapai penerbangan Citilink kepada pelanggan.

Secara keseluruhan, tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan di tinjau dari dimensi empati yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta kepada pelanggannya dapat dikategorikan tidak puas karna total skor responden adalah 481 yang terletak pada interval 361 – 521 yang artinya responden tidak puas. Hal ini menunjukan kualitas pelayanan di tinjau dari dimensi empati yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta kepada pelanggannya dinilai tidak baik.

Loyalitas Pelanggan

Untuk mengetahui tanggapan responden atau pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Word of mouth

Word of mouth merekomendasikan orang lain untuk menggunakan atau mereferensikan kepada orang lain. Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden terhadap word of mouth pada maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta

Berdasarkan item pertanyaan pertama menunjukan tanggapan responden akan merekomendasikan Citilink kepada orang lain, 1 orang menyatakan sangat puas atau sebesar 1,04% responden menilai bahwa akan merekomendasikan Citilink kepada orang lain. Selain itu, sebanyak 12 orang atau 12,5% responden menilai puas. Sebanyak 51 orang atau 53,12% menyatakan cukup puas. Sebanyak 27 orang atau 28,12% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 5 orang atau 5,20% responden menyatakan sangat tidak puas.

Item pertanyaan kedua menunjukan tanggapan responden mengenai mengajak orang lain untuk menggunakan Citilink, 4 orang menyatakan sangat puas atau sebesar 4,16% responden menilai bahwa akan mengajak orang lain untuk menggunakan Citilink. Selain itu, sebanyak 9 orang atau 9,37% responden menilai puas. Sebanyak 46 orang atau 47,91% menyatakan cukup puas. Sebanyak 21 orang atau 21,87% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 16 orang atau 16,6% responden menyatakan sangat tidak puas.

Secara keseluruhan, tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan di tinjau dari *word of mouth* merekomendasikan orang lain dapat dikategorikan cukup baik karna skor responden adalah 517 yang terletak pada interval 522 – 682 yang artinya responden cukup puas. Hal ini menunjukan pelanggan sudah cukup loyal terhadap maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta.

Reject Another

Reject another adalah menolak menggunakan produk lain atau menunjukan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing. Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden terhadap reject another pada maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta

Berdasarkan item pertanyaan pertama menunjukan tanggapan responden akan menolak ajakan dari maskapai lain, 1 orang menyatakan sangat puas atau sebesar 1,04% responden menilai bahwa akan menolak ajakan dari maskapai lain. Selain itu, sebanyak 13 orang atau 13,54% responden menilai puas. Sebanyak 51 orang atau 53,12% menyatakan cukup puas. Sebanyak 13 orang atau 13,54% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 18 orang atau 18,75% responden menyatakan sangat tidak puas.

Item pertanyaan kedua menunjukan tanggapan responden mengenai tidak memberikan respon pada maskapai lain, 2

orang menyatakan sangat puas atau sebesar 2,08% responden menilai bahwa tidak memberikan respon pada maskapai lain. Selain itu, sebanyak 11 orang atau 11,45% responden menilai puas. Sebanyak 50 orang atau 54,08% menyatakan cukup puas. Sebanyak 27 orang atau 28,12% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 6 orang atau 6,15% responden menyatakan sangat tidak puas.

Secara keseluruhan, tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan di tinjau dari *Reject another* atau menolak menggunakan produk dapat dikategorikan cukup baik karena skor responden adalah 518 yang terletak pada interval 522 – 682 yang artinya responden cukup puas. Hal ini menunjukkan pelanggan sudah cukup loyal terhadap maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta.

Repeat Purchasing

Repeat purchasing adalah sering melakukan penggunaan ulang. Untuk mengetahui lebih jelas tanggapan responden terhadap repeat purchasing pada maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-

Berdasarkan item pertanyaan pertama menunjukkan tanggapan responden akan menggunakan kembali maskapai penerbangan Citilink, 2 orang menyatakan sangat puas atau sebesar 2,08% responden menilai bahwa akan menggunakan kembali maskapai penerbangan Citilink. Selain itu, sebanyak 8 orang atau 8,33% responden menilai puas. Sebanyak 53 orang atau 55,20% menyatakan cukup puas. Sebanyak 21 orang atau 21,87% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 12 orang atau 12,05% responden menyatakan sangat tidak puas.

Item pertanyaan kedua menunjukkan tanggapan responden mengenai akan melakukan penggunaan maskapai penerbangan Citilink secara berkala, 2 orang menyatakan sangat puas atau sebesar 2,08% responden menilai bahwa akan melakukan penggunaan maskapai penerbangan Citilink secara berkala. Selain itu, sebanyak 26 orang

atau 27,08% responden menilai puas. Sebanyak 27 orang atau 28,12% menyatakan cukup puas. Sebanyak 21 orang atau 21,87% menyatakan tidak puas. Dan sebanyak 20 orang atau 20,08% responden menyatakan sangat tidak puas.

Secara keseluruhan, tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan di tinjau dari *Repeat purchasing* atau sering melakukan penggunaan ulang dapat dikategorikan cukup baik karena skor responden adalah 522 yang terletak pada interval 522 – 682 yang artinya responden cukup puas. Hal ini menunjukkan pelanggan sudah cukup loyal terhadap maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta.

Secara keseluruhan terlihat bahwa tanggapan responden terhadap loyalitas yang diberikan maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta dikategorikan dengan skor 1557 yang terletak pada interval 1562 – 2042. Ini artinya loyalitas pelanggan untuk setia pada maskapai penerbangan Citilink rute Pekanbaru-Jakarta sebagai pilihan utama dalam berpergian dengan pesawat terbang tergolong cukup baik dan cukup loyal.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini, kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Garuda Citilink Pekanbaru secara umum cukup baik, hal ini ditunjukkan dari tanggapan responden yang memiliki skor total 2445 yang dikategorikan cukup baik. Dilihat dari lima dimensi kualitas pelayanan tersebut, dimensi *Reliability* (kehandalan) memiliki skor tertinggi atau lebih dominan dibandingkan dimensi lainnya. Ini dapat disimpulkan bahwa Citilink cabang Pekanbaru lebih prima dalam pelayanan kehandalan terhadap pelanggan.

Loyalitas pelanggan Citilink Pekanbaru Rute Pekanbaru- Jakarta memiliki

respon yang cukup baik dengan skor total 1557 dan di kategorikan pelanggan kurang loyal kepada Citilink Pekanbaru rute Pekanbaru – Jakarta. Dilihat dari tiga dimensi loyalitas pelanggan tersebut, *Repeat purchasing* atau sering melakukan penggunaan ulanglebih dominan jika dibandingkan dengan dua dimensi loyalitas lainnya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan akan melakukan penggunaan secara berulang untuk memakai jasa penerbangan Citilink rute Pekanbaru – Jakarta dalam melakukan perjalanan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memiliki hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Garuda Citilink Pekanbaru secara umum cukup baik. Hal ini dapat ditunjukan dari banyaknya tanggapan cukup puas yang tinggi dari responden terhadap kondisi masing – masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dengan kelima dimensinya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan pelanggan yang loyal terhadap perusahaan.

Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Garuda Citilink Pekanbaru dapat diterima.

KESIMPULAN

Sesuai dengan perumusan masalah dan hipotesis penelitian maka penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Garuda Citilink Pekanbaru. Dari penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Garuda Citilink Pekanbaru tergolong cukup baik. Seluruh komponen sumberdaya perusahaan telah memberikan layanan sesuai dengan standar layanan perusahaan yang prima.
- b. Loyalitas pelanggan, berdasarkan hasil yang diperoleh secara keseluruhan pelanggan PT. Garuda Citilink Pekanbaru cukup loyal atau setia untuk menggunakan jasa atau layanan penerbangan yang diberikan oleh perusahaan karena cukup sesuai dengan harapan yang diharapkan pelanggan.
- c. Dari hasil penelitian kualitas pelayanan dari lima dimensi yang diteliti (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) secara bersama – sama menunjukkan hasil yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang berarti kelima dimensi kualitas pelayanan memberikan pengaruh nyata terhadap loyalitas pelanggan.

Saran

Dengan keterbatasan diatas, maka peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya, yaitu:

- a. Penelitian ini perlu pengembangan lebih jauh lagi untuk mendapatkan hasil empirik yang lebih kuat yaitu dengan menambah atau menggunakan variabel lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
- b. Kepada PT. Garuda Citilink Pekanbaru agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan sehingga hal tersebut dapat menjadi keunggulan PT. Garuda Citilink Pekanbaru apabila dibandingkan dengan Maskapai penerbangan sejenis atau pesaing lainnya. Selain itu pelanggan juga merasa tetap puas dan dapat menjadi pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi terhadap pelayanan PT. Garuda Citilink Pekanbaru. PT. Garuda Citilink Pekanbaru dapat menjalankan *benchmarking* pada lainya yang ada di seluruh indonesia yang memiliki kualitas pelayanan yang baik. Dan sudah menjadi ketentuan jika setiap kantor cabang berpegang pada SOP perusahaan induk atau kantor pusat , target mempertahankan pelanggan loyal menjadi harapan bersama untuk bisa dicapai.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta
- Desi, 2010. "Hubungan Antara Kecemasan Terhadap Keselamatan Penerbangan dengan Pengambilan Keputusan membeli Tiket Penerbangan Domestik Lion Air pada Penumpang di bandara Ahmad Yani Semarang"
- Griffin, Gill. 2005. *Customer Loyalty*. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, 3rd ed. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Keller, K.L (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12, Jilid 1)*. Jakarta : Pt Indeks.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2. PT. Indeks. Jakarta. Alih Bahasa: Benyamin Molan
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1996, *Principles Of Marketing*, Seventh Edition, International Editrion, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian* (Edisi kedelapan, terjemahan Arcella Ariwati Hermawan), Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, Christoper. 2005. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta : indeks.
- Lo Liang Kheng, dkk 2010. *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia*.
- Lupiyoadi, dkk. 2011. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manullang, Ida. 2008, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia", Universitas Sumatera Utara, Jurnal Manajemen
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku*

- Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Jilid 2. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Reza, Retno, (tanpa tahun). "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Penerbangan Lion Air Di Kota Semarang".
- Rangkuti. 2003. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines", Manullang, Jurnal Manajemen
- Sasmita, Mohd Suki " *Metode Penelitian(untuk menulis skripsi, tesis dan disertasi*". Pekanbaru : UR Press, 2012
- Shandra, dkk, 2003. "Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia".
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suhaji, Haris, 2008. "Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan ,Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas pelanggan Flexi Di Kota Semarang Dengan Intervening Kepuasan Pelanggan". *Diponegoro jurnal of social and politik*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sukma Bakti, Harniza Harun, 2011 " *Effect of Market Orientation and Customer Value on Marketing Performance of Lion Airlines Corporation*" Jambi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Jambi
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ted Smith-CNET. 2007. *Reconsidering Models of Influence: The Relationship Between Consumer*.
- Tjiptono, Fandy. 1997, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Edisi Keempat, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Trisno Musanto, 2004. "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya" Universitas Kristen Petra.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing, Malang.
- Umar, Husein, 2008 *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Zeithaml, Valari A. and Mary Jo Bitner. 1996, *Service Marketing*, New York, Mc.Graw-Hill Co. Inc